



LOIRE&ORLEANS  
*Economie Loiret*

Vendre sur  
**les marchés**  
Mode d'emploi

LOIRE&ORLEANS

ECO



CCI LOIRET

LE PARTENAIRE ECONOMIQUE DE VOS PROJETS

# Édito

Les marchés font battre le cœur de nos territoires depuis des siècles. Lieux de rencontres qui donnent la priorité à l'humain, tout autant qu'à la qualité des produits, ces marchés ont, à nouveau, le vent en poupe.

Les commerçants qui les animent y apportent cette touche unique de convivialité et d'authenticité... très prisée des consommateurs.

Malgré cet engouement, les commerçants des marchés ont un défi à relever : se moderniser pour s'adapter aux nouvelles tendances de consommation et conquérir une nouvelle clientèle.

Exercer ce métier n'est pas une aventure à prendre à la légère – au risque de perdre de l'argent et du temps – et d'y laisser aussi beaucoup de soi-même.

Si la passion du métier reste un atout de taille pour la qualité du service rendu et l'image globale du marché, la professionnalisation des commerçants est aujourd'hui devenue incontournable.

Mettez toutes les chances de votre côté avec ce document réalisé par LOIRE&ORLÉANS ÉCO et la CCI Loiret avec la collaboration de l'Association des Maires du Loiret.

**Alain Jumeau**  
Président de la CCI Loiret





La Fédération nationale des marchés de France, « F.N.S.C.M.F. », forte de 20 000 adhérents et d'un maillage de 150 syndicats, organisations professionnelles régies par la loi du 21 mars 1884, réparties sur l'ensemble du territoire national, est la principale organisation de défense professionnelle du commerce ambulants. À ce titre, elle est habilitée à représenter la profession auprès des institutions et instances nationales, régionales et départementales.

Ses missions principales sont :

- La défense des intérêts de la profession
- L'assistance aux adhérents
- La promotion des marchés
- L'information et la communication métiers
- La formation des professionnels des marchés

## BULLETIN D'ADHÉSION

### Fédération nationale des marchés de France

14 rue de Bretagne - 75083 PARIS  
Tél : 01 48 87 51 45

Mail : [federation@marchesdefrance.fr](mailto:federation@marchesdefrance.fr)

Nom .....

Prénom .....

Adresse .....

Code postal .....

Ville .....

Tél mobile .....

E-mail .....

N°SIRET ou RÉPERTOIRE DES MÉTIERS  
ou MSA:

.....

Articles vendus .....

**Parrainez c'est gagner !**

**pour tout nouvel adhérent  
recruté par vos soins !!**

*Cumulable et sans limite...*

**10 €**  
**pour vous**



**Partout en France et dans les DOM,  
des responsables syndicaux à votre  
écoute ! Retrouvez sur les :**

**[www.marchesdefrance.fr](http://www.marchesdefrance.fr)**

# Sommaire

Introduction	p.5
Les marchés en France	p.6
Les marchés dans le Loiret	p.7
Le commerçant des marchés : un entrepreneur comme les autres	p.10
Cohérence projet/créateur	p.11
Étude de marché	p.12
Étude financière	p.14
Choix de la structure juridique	p.18
La réglementation	p.22
Les démarches de création (l'immatriculation)	p.24
Trouver une place sur un marché	p.26
Les aides à la création	p.28
Le programme de dynamisation des marchés de la CCI Loiret	p.30
Petit lexique des marchés	p.32
Adresses utiles	p.34
Liste des textes officiels	p.36

Les informations données dans ce guide sont à jour au 31/12/2017

# Introduction

Les marchés jouent un rôle essentiel dans la vie de nos cités. Forme la plus ancienne de commerce, lieux de vie chers à la population, ils y remplissent différentes fonctions :

## Économique

Plus de 110 000 commerçants, artisans et agriculteurs débattent sur les marchés en France. Ils créent de l'activité et ont aussi un impact positif sur la vie des commerces sédentaires alentours.

## Sociale

Lieux de rencontre et de proximité, ils offrent une diversité de produits (fruits et légumes, boucherie, charcuterie, poissonnerie, fromages, traiteur, fleurs, vêtements, chaussures, etc.) à proximité de chez soi. Symbole culturel fort, les marchés représentent pour les français « les courses plaisir » 90% des consommateurs fréquentant les marchés s'y rendent pour la qualité des produits, les produits locaux et la convivialité.\*



## Environnementale

La vente sur les marchés est le circuit court le plus développé : les habitants peuvent acheter des produits frais et en direct des fermes.

Les marchés participent au maintien de l'agriculture et des zones vertes en périphérie des agglomérations.

\* Enquête consommateurs CCI LOIRET 2013

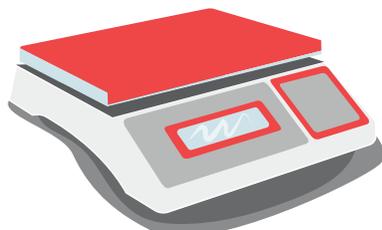
# Les marchés en France

On distingue 3 typologies de marchés :

- Les marchés qui se déroulent en **plein air**
- Les marchés **couverts** (ou dans des « halles »)
- Les marchés **mixtes**, proposant une partie de leur offre sous une halle (souvent semi-couverte ou « halle de plein vent »), l'autre en plein air

Parallèlement, on distingue 3 types de marchés :

- Les marchés **alimentaires**
- Les marchés **manufacturés**
- Les marchés **mixtes**



Quelques chiffres clés :

TENUES DE MARCHÉ PAR SEMAINE EN FRANCE <sup>1</sup>	8 000
COMMUNES QUI ACCUEILLENT UN OU DES MARCHÉS	6 000
ENTREPRISES « DES MARCHÉS » EN 2016 <sup>1</sup>	110 000
dont producteurs <sup>1</sup>	20 000

<sup>1</sup> Source : Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France – Assises nationale de Centre Ville 2017

# Les marchés dans le Loiret

Les marchés du Loiret : la diversité à la portée de tous

Le Loiret compte plus de **110 tenues de marchés chaque semaine**. Près d'un quart des communes du département possède au moins un marché hebdomadaire.

Ces marchés jouent **un rôle essentiel** dans la vie communale. Ils pallient la fragilisation du tissu commercial sédentaire, ils répondent aux attentes d'une clientèle vieillissante ou permettent, tout simplement, à chacun, de remplir son panier de produits frais, en toute convivialité.

Les collectivités l'ont bien compris, les marchés sont un **véritable lieu de vie locale**. Ils offrent un service de proximité et particulièrement dans les communes de moins de 3 500 habitants.

Les marchés récemment créés dans le Loiret sont des marchés de fin de semaine.

45% des marchés se tiennent du vendredi au dimanche.

Les marchés de fin de journée semblent également séduire la clientèle en répondant aux nouvelles attentes et habitudes de consommation d'une clientèle constituée d'actifs.





© du Centre

© du Centre est l'initiative du Conseil Régional du Centre - Val de Loire, lancée début 2014, visant à promouvoir et valoriser la filière agroalimentaire régionale. La démarche est partenariale, construite avec les professionnels de la filière agroalimentaire (artisans, producteurs, restaurateurs, transformateurs, distributeurs) en lien avec les Chambres de Métiers et d'Artisanat, les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Chambres d'Agriculture et d'autres partenaires.

Cette démarche est ouverte et accessible à un large nombre d'entreprises. Elle engage le producteur, l'artisan, le restaurateur, le transformateur ou le distributeur à respecter une charte métier spécifique.

© du Centre n'est pas une marque, mais une Signature qui ne s'applique que dans l'environnement promotionnel des produits.

La présence de cette Signature se développe lors d'événements grand public et d'opérations dédiées plus spécifiquement aux professionnels des métiers de bouche, le but étant pour © du Centre de gagner en visibilité et d'installer durablement son identité auprès des habitants de la région Centre - Val de Loire mais aussi des touristes et autres visiteurs.

© du Centre est un élément de marketing permettant de véhiculer des valeurs, et vient appuyer les signes officiels de qualité ou des démarches locales existantes. Les adhérents bénéficient d'une mise en avant de leurs produits lors d'événements ciblés (salons de la gastronomie sur le territoire, opérations en GMS, événements grand-public...), d'un appui fort en communication sur leur implication locale (remise d'un kit de communication, incluant des fiches entreprises mettant en avant chaque adhérent), d'un référencement internet personnalisé. Les restaurateurs et les distributeurs pourront bénéficier du réseau des producteurs adhérents, d'un travail sur une offre associant gastronomie et tourisme, d'un site internet dédié à la mise en réseau des adhérents, et d'autres types d'actions ciblées. Fin décembre 2017, la Signature comptabilise déjà 190 adhérents !

[www.cducentre.com](http://www.cducentre.com)

# LES marchés DU Loiret

édition 2016

28 EURE ET LOIR

77 SEINE ET MARNE

89 YONNE

## LÉGENDE

-  P Marché permanent
-  S Marché saisonnier
-  M Marché de Producteurs de Pays
-  = route départementale
-  = ligne SNCF
-  = Marché desservi par les cars UIVS\* à la demande
-  \*Renseignements au 080 000 4500
-  \*Messagerie de transport du Conseil Départemental du Loiret



Dépliant réalisé par la CCI Loiret, édition 2016

# Le commerçant des marchés

Au premier abord, la création d'une entreprise sur les marchés apparaît comme une démarche simple et accessible à tous (possibilité de travailler seul, pas de locaux à acheter...).

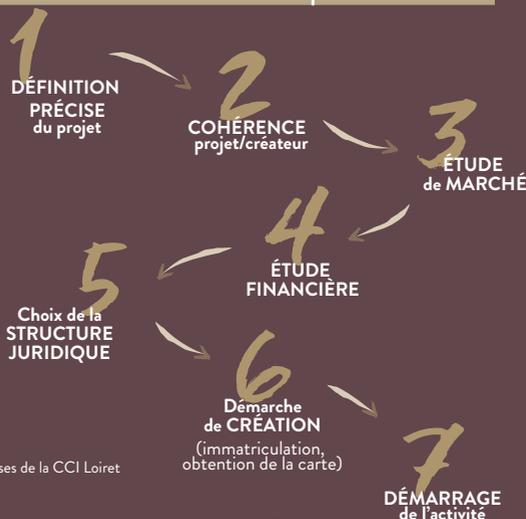
Néanmoins, comme toute démarche entrepreneuriale, la création d'entreprise sur les marchés est le fruit d'une construction méticuleuse impliquant des étapes incontournables.

Ce double constat se traduit dans les faits. Chaque année, beaucoup d'entreprises des marchés se créent et parallèlement, de nombreuses disparaissent.

Presque 50 %\* des entreprises des marchés ont été créées depuis moins de 5 ans. Il convient donc, lorsque l'on souhaite se lancer sur les marchés, de respecter une démarche que l'on peut décomposer en sept étapes.

Il est conseillé d'écrire l'avancement du projet. C'est en préparant méticuleusement le futur démarrage de l'activité que l'on maximise les chances de succès.

## Synthèse de la démarche entrepreneuriale



\*Source : Centre de Formalité des Entreprises de la CCI Loiret

# Cohérence projet créateur

Avant de vous lancer dans votre projet de création, il est important de vérifier que votre projet est cohérent par rapport à votre situation personnelle.

En effet, devenir chef d'entreprise n'est pas qu'un choix d'orientation professionnelle, c'est aussi un choix de vie que toute personne n'est pas forcément prête à assumer.

## Évaluer votre situation personnelle

Êtes-vous prêt à faire les sacrifices nécessaires à un projet de création ? Votre cadre de vie, votre situation familiale, sociale et vos ressources sont-ils en adéquation avec votre projet ? Avez-vous la possibilité de travailler à des horaires décalés et renoncer à vos week-ends ?

Possédez-vous un matelas financier (salaire du conjoint, épargne) qui vous permettra de faire face si votre activité ne génère pas de revenu suffisant (surtout au début).

## Réfléchir à vos motivations

Ces dernières vous permettront de savoir jusqu'où vous êtes prêt à aller pour réussir. Certaines motivations, comme la volonté d'augmenter son revenu par exemple, ne résistent pas forcément aux passages difficiles. D'autres, au contraire (volonté de mettre en œuvre un savoir particulier, envie de travailler dans un environnement ouvert, de contacts) vous permettront de passer à travers les tempêtes.

## Faire un bilan de vos compétences

Êtes-vous armé pour remplir les différentes tâches inhérentes à votre futur métier ? Vous devrez savoir vendre, acheter, maîtriser la comptabilité, la gestion et aussi savoir gérer les relations avec les clients, les fournisseurs, les confrères... Il vous faudra de la force physique et surtout psychologique. Il est crucial de faire le point sur vos forces déjà acquises et vos points de progrès que vous devez développer, seul ou avec des personnes pour vous accompagner, vous aider et apprendre.

Sachez vous entourer. Les échecs, lors des créations, sont plus nombreux lorsque que les entrepreneurs sont isolés !



# Étude de marché

C'est une étape cruciale dans le processus de création d'entreprise qui vous permet de déterminer si votre projet est viable économiquement.

**NE VOUS LANCEZ PAS À LA LÉGÈRE ET PRENEZ LE TEMPS DE MÛRIR VOTRE PROJET.**

L'objectif de l'étude de marché est de définir :

- . **QUOI ?** définir les produits que allez-vous vendre.  
Répondent-ils à un besoin de votre clientèle ?
- . **QUI ?** définir votre cible. À qui allez-vous les vendre ?  
Qui sera votre clientèle ?
- . **COMMENT ?** au détail ? En lot ?
- . **À QUEL PRIX** devez-vous vendre vos produits ?
- . **OÙ ?** Quel marché ? Quelle situation ? Quelle taille ?
- . **EXISTE-T-IL DES CONCURRENTS ?**

Il est primordial pour vous de prendre du temps pour aller sur le terrain et rencontrer le maximum de personnes, d'entreprises ou d'organismes en lien avec votre future activité.

Cette démarche doit aussi vous permettre de prendre connaissance des ratios et chiffres de votre profession (en règle générale, les coefficients multiplicateurs vont de 1,5 à 2,5 sur les prix hors taxes dans l'alimentaire et de 2 à 4 pour les produits manufacturés).

**ATTENTION :** toute la difficulté de la réalisation d'une étude de marché réside dans le fait qu'il existe une incertitude sur les places que vous pourrez obtenir sur les marchés. Il est important de cibler plusieurs marchés et de ne pas se focaliser sur des marchés saturés.

(Voir p.26 «trouver une place sur les marchés»).

La réalisation de l'étude de marché doit vous permettre de faire une première estimation de votre chiffre d'affaires.

### PRODUIT OU SERVICE A :

Quantité ..... X Nombre de jours ..... X Prix unitaire estimé ..... € = .....€

### PRODUIT OU SERVICE B :

Quantité ..... X Nombre de jours ..... X Prix unitaire estimé ..... € = .....€

### PRODUIT OU SERVICE C :

Quantité ..... X Nombre de jours ..... X Prix unitaire estimé ..... € = .....€

### PRODUIT OU SERVICE D :

Quantité ..... X Nombre de jours ..... X  
Prix unitaire estimé ..... € = ..... €

### TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES COM- MERCIAL

(A + B + C + D) = ..... €



## PENSEZ À :

- Observer les marchés où vous souhaitez vendre (la concurrence, les clients, les prix)
- Établir un chiffre d'affaires prévisionnel

# Étude financière

Une fois l'étude de marché terminée, il va falloir se pencher sur le volet financier du projet.

## Définir et chiffrer les investissements

Dans un premier temps, il est nécessaire de chiffrer les investissements et de voir de quelle manière ils seront financés (prêt bancaire, apport personnel, location, aides à la création d'entreprise, concours, etc.).

Le montant de l'investissement peut énormément varier, de quelques milliers d'euros à plusieurs dizaines de milliers d'euros (besoin ou non d'un véhicule isotherme par exemple).



## Plan de financement

BESOINS		RESSOURCES	
	MONTANT		MONTANT
		<b>CAPITAUX PROPRES</b>	..... €
<b>FRAIS DE CONSTITUTION</b>	..... €	<b>APPORT PERSONNEL ARGENT</b>	..... €
<b>MACHINE</b>	..... €	<b>APPORT PERSONNEL EN NATURE (Matériel)</b>	..... €
<b>MATÉRIEL (Remorque Stand)</b>	..... €	<b>CAPITAL DE LA SOCIÉTÉ</b>	..... €
<b>VÉHICULE</b>	..... €	<b>COMPTES COURANTS ASSOCIÉS</b>	..... €
<b>MOBILIER DE BUREAU</b>	..... €		
<b>MATÉRIEL D'ÉTAL (Balance affichage...)</b>	..... €	<b>EMPRUNT BANCAIRE</b>	..... €
<b>STOCK DE DÉPART</b>	..... €	<b>BANQUE 1</b>	..... €
....	..... €	<b>BANQUE 2</b>	..... €
		<b>PCE (Prêt Création Entreprise)</b>	..... €
<b>TRÉSORERIE DE DÉPART</b>	..... €	<b>PLATE-FORME DE FINANCEMENT</b>	..... €
<b>AVANCE DE FRAIS</b>	..... €	.....	
<b>CAUTION</b>	..... €	.....	..... €
<b>TOTAL BESOINS</b>	..... €	<b>TOTAL RESSOURCES</b>	..... €

## Définir et chiffrer les investissements

Dans un second temps, il faut établir un compte de résultat prévisionnel. Ce dernier vous permettra de valider votre projet de création en confirmant que vos recettes (produits) permettent de couvrir vos dépenses (charges), et de valider aussi que vos recettes soient suffisantes pour vous assurer également un salaire décent.

# Étude financière

## Le compte de résultat prévisionnel

PRODUITS	MONTANT
CHIFFRE D'AFFAIRES (Vente des produits / prestations de services)	..... €
<b>TOTAL PRODUITS (A)</b>	..... €
<b>CHARGES</b>	..... €
<b>CHARGES VARIABLES</b>	..... €
ACHAT DE MARCHANDISES (Frais variables)	..... €
<b>CHARGES FIXES</b>	..... €
PLACES DE MARCHÉ	..... €
PETIT MATÉRIEL	..... €
EDF/GDF - EAU - CHAUFFAGE	..... €
TÉLÉPHONE	..... €
ENTRETIEN	..... €
ASSURANCES	..... €
CARBURANTS	..... €
EMBALLAGES	..... €
PUBLICITÉ	..... €
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS	..... €
AUTRES	..... €
<b>CHARGES FINANCIÈRES</b>	..... €
REMBOURSEMENT D'EMPRUNTS	..... €
IMPÔTS ET TAXES	..... €
AUTRES	..... €
<b>FRAIS DE PERSONNEL</b>	..... €
REMUNÉRATION DU CHEF D'ENTREPRISE	..... €
COTISATIONS SOCIALES DU CHEF D'ENTREPRISE	..... €
SALAIRE ET CHARGES SOCIALES DES SALARIÉS	..... €
<b>TOTAL CHARGES (B)</b>	..... €
<b>RÉSULTAT = PRODUITS - CHARGES (A-B)</b>	..... €

# Étude financière

D'autres documents doivent aussi être établis :

## Le plan de trésorerie

Il vous permettra de savoir si lors des premiers mois de votre activité vous ne rencontrerez pas de problème de trésorerie. De nombreuses entreprises ne perdurent pas à cause de problèmes de trésorerie bien qu'elles aient une activité viable. Anticiper ces soucis vous permettra de trouver des solutions (décaler des achats, négocier un découvert...).

## Le seuil de rentabilité

Il met en évidence le chiffre d'affaires à partir duquel votre entreprise devient rentable et dégage des bénéfices.

Si tous ces tableaux sont nécessaires pour mieux appréhender le futur de votre entreprise, ils vous permettront aussi de présenter votre projet à différents interlocuteurs et notamment à des financeurs (banques, plateformes de financement...).

Bien que souvent vue comme une étape fastidieuse, compliquée, l'élaboration du plan financier est un autre élément essentiel dans le processus de création.

Il permet de s'assurer que la future entreprise sera viable et de se fixer des premiers objectifs. Là encore, il est indispensable de vous faire accompagner par des personnes ayant des compétences en comptabilité.

## PENSEZ À :

- Établir un plan de financement initial
- Faire un compte de résultat prévisionnel
- Simuler l'état de votre trésorerie pour les premiers mois d'activité

# Choix de la structure juridique

C'est le choix du statut qui déterminera la couverture sociale et le régime fiscal du futur commerçant des marchés.

Il s'agira d'opter entre 2 formes d'entreprises : l'Entreprise Individuelle (ou en nom propre) ou la société (EURL ou SARL).

D'autres formes juridiques existent et notamment l'EIRL (voir page 20). Pensez à demander conseil auprès d'un conseiller en création d'entreprise.

	ENTREPRISE INDIVIDUELLE	EURL / SARL
<b>CAPITAL MINIMUM</b>	Pas de capital	Le montant du capital social est librement fixé par le ou les associé(s) en fonction de la taille de l'activité et des besoins en capitaux de la société
<b>MINIMUM À VERSER LORS DE LA CRÉATION</b>	Pas de capital. L'engagement financier est fonction des investissements et du besoin en fonds de roulement prévisionnel.	20% du capital
<b>NOMBRE D'ASSOCIÉS</b>	Pas de notion d'associé	De 1 à 100
<b>RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE</b>	L'entrepreneur individuel est responsable des dettes sur la totalité de son patrimoine personnel, à l'exception de sa résidence principale. Pensez à demander conseil auprès d'un professionnel	Responsabilité des associés limitée au montant de leur apport
<b>IMPOSITION DES BÉNÉFICES</b>	Impôt sur le revenu de l'entrepreneur (BIC ou BNC*)	<b>EURL</b> : Impôt sur le revenu ou impôt sur les sociétés <b>SARL</b> : Impôt sur les sociétés (possibilité d'impôt sur le revenu sous certaines conditions)

	<b>ENTREPRISE INDIVIDUELLE</b>	<b>EURL / SARL</b>
<b>ORGANE DE L'ENTREPRISE</b>	L'entrepreneur individuel prend les décisions seul	Gérant. Assemblée
<b>RÉGIME SOCIAL DU DIRIGEANT</b>	Travailleur non salarié (TNS)	Gérant majoritaire : Travailleur non salarié (TNS) Gérant minoritaire : "Assimilé salarié"
<b>RÉGIME FISCAL / RÉMUNÉRATION DU GÉRANT</b>	Impôt sur le revenu de l'entrepreneur (BIC ou BNC*) Possibilité d'opter pour le régime micro-fiscal selon le chiffre d'affaires	Le gérant est assimilé à un salarié (sauf dans une EURL qui n'a pas opté pour l'IS)
<b>PRINCIPAUX AVANTAGES</b>	Les formalités administratives et fiscales sont limitées. Faible coût de fonctionnement	Responsabilité limitée du ou des associés
<b>PRINCIPAUX INCONVÉNIENTS</b>	Le patrimoine de l'entreprise est confondu avec celui du chef d'entreprise (sauf déclaration d'insaisissabilité applicable sur une partie des biens immobiliers)	Coût de fonctionnement non négligeable. Formalités administratives plus importantes qu'en entreprise individuelle

## PENSEZ À :

- Choisir un statut en fonction des autres éléments de votre projet (et non l'inverse)
- Simuler avantages et inconvénients de chaque statut
- Demander conseil auprès d'un conseiller en création d'entreprise

**EIRL** : Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (à partir de janvier 2011). Variante de l'entreprise individuelle, elle permet à l'entrepreneur de déclarer un patrimoine professionnel distinct de son patrimoine personnel et donc de limiter les biens qui pourraient être saisis si son entreprise venait à connaître des difficultés. Mais aussi, l'EIRL permet d'être soumise soit à l'impôt sur le revenu (IR) comme une entreprise individuelle classique, soit à l'impôt sur les sociétés (IS) comme l'EURL ou SARL.

**BIC** : Bénéfices Industriels et Commerciaux

**BNC** : Bénéfices non Commerciaux

**Micro-entrepreneur** : Dans le cas de la création d'une entreprise individuelle, vous pouvez opter pour le régime du « micro-entrepreneur » (régime qui remplace le régime de l'auto entrepreneur depuis 2015). Ce dernier, présente de nombreux avantages sociaux, déclaratifs et fiscaux. Il s'applique à la création d'une entreprise artisanale ou commerciale soumise au régime fiscal et social de « la micro entreprise » dont le chiffre d'affaire est inférieur à 170 000 euros HT (seuil rehaussé par la loi de finance 2018, applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018) pour une activité d'achat / revente. Il est important de connaître les avantages et inconvénients de ce statut, très simple à mettre en place mais pas toujours optimal pour une réelle activité professionnelle à temps complet. Faire un prévisionnel et un compte de résultat (voir page compte de résultat) pour mettre en avant toutes les dépenses et charges liées à l'activité (essence, téléphone, achat d'étiquettes, achat de sacs, etc...). L'entrepreneur a souvent tendance à minimiser cette partie là, surtout dans le cadre d'un statut de micro-entrepreneur.



# Euromag

**EUROMAG, référence pour les professionnels des métiers de bouche, est une entreprise familiale créée en 1964 à Panisières (42360).**

Entreprise française, EUROMAG est spécialiste de la conception, la réalisation et la commercialisation de camions et remorques magasins. EUROMAG, c'est : **95 salariés hautement qualifiés**, des équipements performants, plus de 11 000 m<sup>2</sup> de locaux, une équipe commerciale sur la France, ce qui permet la commercialisation de **plus de 300 véhicules à l'année**.

EUROMAG propose **des produits aménageables sur-mesure**, qui évoluent régulièrement, en fonction des besoins des clients, des normes et des tendances. Remorques de 2m00 à 10 mètres, des véhicules avec un équipement qualitatif de base, des panoramiques PREMIUM ou encore des PL avec une cellule de 6m30 de long, tous ces outils **répondent aux contraintes du commerçant et servent à booster ses ventes** : ergonomie, conditions de travail, hygiène et froid, optimisation des espaces de vente, mise en valeur des produits, design ...

EUROMAG offre également de nombreux services, **gages de qualité**. Un **service de location** existe permettant de tester de nouveaux marchés, de se dépanner en cas de sinistre ou pour entreprendre des travaux dans une boutique. EUROMAG dispose d'un **parc d'occasion**, remorques et camions, visible à Panisières, un show-room, un magasin de pièces détachées, un service de réparation. Enfin, EUROMAG propose des solutions de financement.



[www.euromag-magasin.com](http://www.euromag-magasin.com)

Adresse : Zone Artisanale Le Roule, 42360 Panisières

Téléphone : 04 77 28 65 33

# La réglementation

Les conditions pour pouvoir exercer une activité sur les marchés :

- Être majeur
- Ne pas être interdit de gérer
- Ne pas appartenir aux catégories socioprofessionnelles interdites de commerce (fonctionnaires et agents d'État)
- Y être autorisé par ses statuts pour une association
- Justifier d'un diplôme pour certaines catégories de métier comme le boulanger ou le boucher

## Règlementation sur les marchés

### Hygiène, sécurité et affichage

Les commerçants des marchés sont aussi soumis à de nombreuses normes en matière d'hygiène et de salubrité, de sécurité et d'affichage.

Il est nécessaire avant de se lancer de se renseigner auprès de la DDPP (Direction Départementale de la Protection des Populations qui résulte de la fusion de la DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes) et de la DDSV (Direction Départementale des Services Vétérinaires).

### Règlement de marché mis en place par la commune

Les marchés sur lesquels vous déballez possèdent une réglementation propre établie par la municipalité qui peut être différente d'une commune à une autre. Vous devrez donc vous référer au règlement du marché sur lequel vous souhaitez exercer en ce qui concerne :

- La nature du marché et le type de commerces (alimentaire ou non, activités artisanales...)
- Les horaires de déballage et de remballage
- Les règles d'assiduité,
- L'hygiène et la propreté des lieux,
- La gestion des déchets...

Retrouver les règlements de marchés des communes adhérentes sur [geomarches.com](http://geomarches.com).

## Rôle du placier

C'est le placier qui représente l'institution municipale sur les marchés. Il est chargé de faire respecter le règlement, de vérifier la régularité de la situation réglementaire des commerçants, de l'occupation des emplacements et de l'encaissement des droits de place. Toute infraction (hygiène, droit du travail, absence des autorisations et des justificatifs obligatoires...) sera passible d'amendes et / ou d'une peine complémentaire (saisie des marchandises, suppression d'autorisation...).

## La gestion des déchets

Les personnes qui produisent ou détiennent plus de 10 tonnes de déchets composés majoritairement de biodéchets par an sont tenues d'en assurer le tri à la source en vue de leur valorisation organique.

Les commerçants doivent se conformer aux modalités d'enlèvement et de traitement des déchets édictées par le maire et propres à chaque marché.

## Logiciel de caisse

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, les commerçants assujettis à la TVA et utilisateurs d'un logiciel de gestion ont l'obligation de s'équiper d'un logiciel de gestion certifié, pour enregistrer les opérations effectuées avec leurs clients. Retrouver la réglementation complète sur

**[www.economie.gouv.fr/entreprises/commerçants-logiciel-caisse-certifie-obligatoire-janvier-2018](http://www.economie.gouv.fr/entreprises/commerçants-logiciel-caisse-certifie-obligatoire-janvier-2018)**

## L'occupation du domaine public

Les halles et marchés de plein air constituent un service public organisé par la commune pour satisfaire un besoin d'intérêt général. Le maire accorde une autorisation personnelle permettant l'usage privatif d'un espace public pour en faire un emplacement commercial.

La loi prévoit que cette utilisation donne lieu au paiement d'une redevance qui tient compte des avantages de toute nature procurée au titulaire de l'autorisation.

## L'usage des sacs

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017, les sacs fins en matières plastiques à usage unique (de moins de 50 microns d'épaisseur) non compostables, destinés à l'emballage de marchandises au point de vente sont interdits

Retrouver la réglementation complète sur **[www.economie.gouv.fr/dgcrf/sacs-en-plastique-jetables-cest-fini](http://www.economie.gouv.fr/dgcrf/sacs-en-plastique-jetables-cest-fini)**

# Les démarches de création

Depuis mars 2010, les étapes de la création d'une entreprise des marchés ont été fortement simplifiées avec l'apparition du guichet unique géré par les CFE (Centres de Formalités des Entreprises).

Celui dont vous dépendez (Chambre de Commerce et d'Industrie ou Chambre de Métiers et de l'Artisanat) sera votre seul interlocuteur pour l'immatriculation de votre entreprise.

En une seule fois, vous vous immatriculez et vous faites votre demande de carte de commerçant ambulant. Aussi, la carte de commerçant ambulant devient « la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante ». Celle-ci n'est plus délivrée par la préfecture mais par le CFE (Centre de Formalités des Entreprises).

## À qui s'adresse cette carte ?

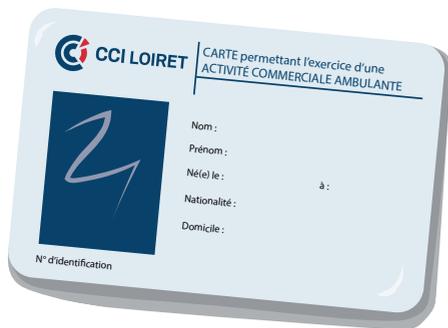
- Toute personne ayant une activité de vente et de distribution sur le domaine public (hors producteurs ressortissants MSA)
- Le chef d'entreprise (personne physique)
- Le ou les dirigeants de société (tous les gérants)
- Toute personne ayant un domicile en France qu'elle soit de nationalité française ou étrangère
- Toute personne ressortissante de l'UE ayant un domicile hors de France.

Il n'y a pas de carte pour le conjoint collaborateur, le conjoint pacsé ou le salarié. Celui-ci doit posséder une copie de la carte du titulaire, une pièce d'identité et un justificatif de son lien avec le titulaire.

La carte est attribuée pour une durée de 4 ans, contre une redevance dont le montant est fixé par arrêté du ministre chargé du commerce (15 euros en 2018).

## Quelles sont les pièces à produire ?

- Le formulaire cerfa de déclaration (PO/MO signé par le déclarant)
- Copie de la carte d'identité ou titre de séjour ou livret de circulation (A titre transitoire pour ceux délivrés avant le 27 janvier 2017 dans l'attente de la définition d'un nouveau justificatif)
- Copie d'un justificatif de domicile
- Une photo d'identité couleur récente
- Redevance 2018 : 15 euros



## Pièces justificatives en fonction de la situation du demandeur

- Commerçant inscrit au RCS ou artisan inscrit au RM : Extrait K-Bis ou d'immatriculation D1 de moins de 3 mois
- Micro entreprise : certificat d'inscription délivré par l'INSEE et dans le cadre du renouvellement uniquement, une attestation sur l'honneur de ne pas être frappé d'une incapacité d'exercer une profession commerciale
- Association : copie des statuts pour vérifier l'objet de l'association et s'assurer que l'activité est expressément permise.
- Société commerciale : Extrait k-bis de moins de 3 mois et copie des statuts



## NOTE IMPORTANTE :

Le décret précisant les justificatifs nécessaires pour établir la carte permettant l'exercice d'une activité ambulante conformément aux I et II de l'article 194 de la loi du 27 janvier 2017 n'est pas paru.

# Trouver une place sur un marché

Trouver une place sur un marché est avant tout une affaire d'obstination et d'organisation. Avant de créer votre entreprise, vous devrez avoir ciblé les marchés sur lesquels vous souhaitez vendre tout en tenant compte de leur possible saturation.

Sur les marchés, on différencie 2 types de commerçants :

## Les titulaires d'un emplacement fixe ou "abonnés"

qui occupent la même place et sont assurés d'en bénéficier à chaque tenue du marché, sauf circonstances particulières (ex : travaux, déplacement du marché...). Ils s'acquittent du droit de place généralement par avance, par abonnement (mensuel, trimestriel voire annuel).

## Les "passagers" ou "volants"

qui bénéficient d'un emplacement soit réservé pour l'accueil des non abonnés soit vacant sur le marché (c'est-à-dire non occupé exceptionnellement ce jour-ci par son titulaire habituel, absent ou en retard). Ces places sont attribuées pour le seul jour du marché soit par tirage au sort, soit par ordre d'arrivée, soit « au rappel » (selon l'ancienneté) soit au regard de l'activité proposée qui serait manquante sur ce marché dans la limite des emplacements disponibles (Voir le règlement de marché de la commune).

Généralement l'ancienneté de votre inscription sur la liste de rappel détermine l'attribution d'une place fixe d'abonné, selon les modalités prévues au règlement du marché lors de la distribution annuelle en mairie.

L'inscription sur le registre doit être confirmée chaque année.

## À savoir

Une place de marché ne peut pas être vendue, cédée, louée ou prêtée à titre gratuit ou onéreux.

Toutefois, la loi Pinel du 18 juin 2014 permet au titulaire d'une place de marché, sous condition d'une ancienneté d'exercice sur le marché, fixée par délibération (qui ne peut excéder 3 ans), de présenter au maire (ou au président de l'EPCI) son successeur en cas de cession de son fonds.



Au démarrage de l'activité, pour trouver une place sur un marché, vous ne devez pas hésiter à prendre contact avec le plus grand nombre de communes (par courrier en présentant votre activité ou en prenant contact directement avec le placier). Attention, pour certains marchés, dans les grandes métropoles principalement, la durée d'attente pour avoir une place fixe peut s'étaler sur plusieurs années. Il est donc essentiel de se montrer persévérant et de prévoir des solutions de repli au cas où le marché sur lequel vous souhaitez débiter n'a plus de places libres.

Retrouvez tous les marchés du Loiret sur le site [www.geomarches.com](http://www.geomarches.com).

# Les aides à la création

Lors de la création de votre entreprise et selon votre situation, plusieurs aides pourront vous être apportées :

**Attention** : certaines aides doivent être demandées avant la création de l'entreprise.

## L'ACCRE

(Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'Entreprise)

qui consiste en une exonération d'une partie de vos charges sociales durant votre 1<sup>ère</sup> année d'activité.

En cas de micro entrepreneur : exonération partielle et dégressive sur 3 ans de l'ensemble des charges sociales.

## Le NACRE

(Nouvel Accompagnement pour la Création et la Reprise d'Entreprise)

Cet accompagnement qui peut durer plus de trois ans se décline en 3 axes : le montage du projet, la structuration financière du projet et le développement de l'entreprise nouvellement créée.

## PENSEZ À :

Consulter les conseillers de votre Chambre consulaire pour optimiser et finaliser votre projet et bénéficier de toutes les aides et aménagements auxquels vous pouvez prétendre.

Voir adresses utiles p.34

## LES AIDES PÔLE EMPLOI

- Aide à la reprise ou à la création d'entreprise (ARCE)
  - Ou maintien partiel des allocations (si le créateur/repreneur n'a pas bénéficié de l'ARCE).
- Pour plus d'informations, adressez-vous à votre conseiller Pôle Emploi

## AUTRES AIDES

- Plateformes de financement telles que l'ADIE ou les structures des réseaux France Active ou France Initiative peuvent vous aider à financer votre projet.
- Aides spécifiques pour certains types de créateurs (femmes, jeunes créateurs, personnes handicapées, ...)
- Autres aides : CAP création/reprise (en fonction des critères d'éligibilité)



# Le programme de dynamisation des marchés



**CCI LOIRET**

La **CCI Loiret** est le porte-parole des 22 000 entreprises de l'industrie, du commerce et des services du Loiret. Elle compte 4 sites dans le département : Orléans et 3 agences de proximité à Montargis, Gien et Pithiviers. Établissement public géré par des entrepreneurs élus par leurs pairs, elle a pour missions principales de représenter les intérêts des entreprises, de concourir à leur développement et à celui des territoires.

Depuis 2009, la **CCI Loiret** avec la Chambre d'Agriculture du Loiret et le syndicat loirétain des marchés de France a lancé un programme de dynamisation des marchés, rejoint en 2017 par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Loiret.

Ce programme a pour but d'accompagner la professionnalisation et la formation des professionnels du secteur et de promouvoir les marchés du département à travers des outils et des actions de communication et d'animation.



## Les actions à destination du commerce non sédentaire

### L'ATELIER COMMERCE NON SÉDENTAIRE

Il s'agit d'une réunion d'information, gratuite, qui vise à apporter aux futurs commerçants des marchés les bases nécessaires à leur installation et échanger avec un professionnel en activité.

Contactez l'Espace Entreprendre de la CCI Loiret pour connaître quand auront lieu les prochaines sessions.

### MTONMARCHE.COM

#### [www.mtonmarche.com](http://www.mtonmarche.com)<sup>®</sup>

est le site de référence pour promouvoir les marchés auprès du grand public. Vous pouvez y publier gratuitement votre portail de commerçant pour présenter votre activité, ce que vous vendez, informer sur les marchés où vous déballez, partager des astuces ou des recettes avec vos clients.

### GEOMARCHES.COM

#### [www.geomarches.com](http://www.geomarches.com)<sup>®</sup>

est l'outil indispensable pour les commerçants en recherche de place.

C'est une base de données interactive qui comporte l'ensemble des marchés du département et des commerçants présents sur ces derniers. Vous trouverez aussi en ligne les annonces des communes qui recherchent des commerçants pour compléter ou constituer leur marché

L'atelier commerce non sédentaire et geomarches.com sont des projets initiés par l'ADPM dans le Rhône, décliné par la CCI Loiret pour les commerçants des marchés du Loiret.

Pour vous inscrire, contactez-nous au 02 38 77 77 77.

# Petit lexique des marchés

**ABONNÉ** : Commerçant qui occupe une place fixe sur un marché. L'emplacement est alloué à une personne physique, au choix et à l'ancienneté. Il est précaire et révocable. Il règle son droit de place par abonnement.

**ANCIENNETÉ** : Elle se calcule à partir du premier déballage sur un marché. Elle est un des principaux critères pour l'attribution d'une place fixe à chaque distribution.

**BANC** : cf. Etal.

**BARNUM** : Grand parapluie, abri des commerçants des marchés.

**CAMELOT** : Initialement démonstrateur, ce vocable désigne aujourd'hui tous les commerçants des produits manufacturés.

**DÉBALLER** : Installer son banc ou son étal.

**DÉMONSTRATEUR** : par définition, le démonstrateur fait la démonstration de l'article qu'il vend. Les démonstrateurs sont très appréciés pour l'animation qu'ils apportent et bénéficient d'une place réservée sur les marchés.

**DOMAINE PUBLIC** : Toutes les portions du territoire français telles que les routes, les rues et les places qui ne sont pas susceptibles de faire partie d'une propriété privée, mais qui appartiennent à l'État ou aux communes, sont considérées comme des dépendances du domaine public. Le droit de place payé par chaque commerçant représente une redevance d'occupation de ce domaine et ne confère aucun titre de propriété.

**DROIT DE PLACE** : Montant à acquitter par le commerçant pour exercer sur un marché. Il est constitué d'une redevance pour occupation du domaine public et, le cas échéant, de droits annexes pour services rendus.

**ÉTAL (TERMES ÉQUIVALENTS : ÉVENTAIRE, BANC)** : Un étal est une table sur laquelle on expose les marchandises sur les marchés.

**PASSAGER INSCRIT** : Commerçant ne disposant pas d'une place fixe à l'année, mais figurant sur une liste de rappel établie par la mairie. Il doit se présenter avant l'ouverture du marché au public. Selon les disponibilités, il pourra se voir attribuer une place de marché en fonction de son rang sur la liste de rappel. Si pendant plusieurs semaines consécutives, le passager ne se présente pas au rappel sans motif valable, il peut être radié de la liste de rappel.

**PASSAGER OCCASIONNEL** : Commerçant de passage dans la commune qui ne dispose pas de place fixe et n'est pas inscrit sur la liste de rappel.

**PLACIER** : Employé municipal ou employé d'une société privée à laquelle la gestion du marché a été confiée, chargé du respect de la régularité de l'occupation des placements sur les marchés et de l'encaissement des droits de place.

**PLATEAU (VENTE AU)** : Méthode de vente très répandue pour les fruits et légumes. On présente les produits sur un plateau, pesés à l'avance et prêts à emporter.

**POSTICHEUR** : Il vend par lots des produits manufacturés.

**PRODUCTEUR** : Il fait le marché pour vendre en direct les produits de sa propre exploitation agricole.

**RAPPEL (LISTE DE)** : Liste composée de commerçants non titulaires d'un emplacement fixe (« les passagers ») mais présents lors de la distribution des emplacements journaliers. Elle fait mention de l'identité du demandeur, de l'activité exercée, du mètreage sollicité, de l'assiduité à la distribution (« au rappel ») et de l'historique des jours où il a pu bénéficier d'un emplacement.

**REGISTRE** : document sur lequel doivent être inscrites les demandes d'emplacement dans l'ordre chronologique de leur réception.

**RÈGLEMENT DU MARCHÉ** : document que les commerçants s'engagent à respecter, qui rassemble les règles de création ou de transfert d'un marché, précise le fonctionnement général du marché, le nombre d'emplacements pour les commerçants, les dates et horaires des marchés communaux, les tarifs des droits de place, les types d'autorisation, les règles du stationnement et de la circulation des véhicules, le contrôle des transactions qui s'effectuent sur le marché..

**RESSERRE** : Réserve réfrigérée où doivent obligatoirement être stockées les denrées alimentaires des bouchers, charcutiers, tripiers.

**SAUVEGARDE (CLAUSE DE)** : Les règlements des marchés de certaines villes contiennent parfois une clause qui donne la priorité à des spécialités de plus en plus rares (poissonnier, fromager, quincaillerie...).

# Adresses utiles

## **AGENCE FRANCE ENTREPRENEUR - AFE**

14, rue Delambre – 75682 Paris cedex 14  
[www.afecreation.fr](http://www.afecreation.fr)

## **© DU CENTRE**

DEV'UP Centre-Val de Loire  
6 rue du Carbone - 45072 Orléans cedex 2  
[www.cducentre.com](http://www.cducentre.com)

## **CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE LOIRET**

23, place du Martroi - 45000 Orléans  
tél. : 02 38 77 77 77  
[www.loiret.cci.fr](http://www.loiret.cci.fr)

## **CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DU LOIRET**

28 Rue du Faubourg de Bourgogne – 45000 Orléans  
tél. : 02 38 68 08 68  
[www.cma45.fr](http://www.cma45.fr)

## **CHAMBRE DÉPARTEMENTALE D'AGRICULTURE DU LOIRET**

13, avenue des Droits de l'Homme – 45921 Orléans cedex 9  
tél. : 02 38 71 90 10  
[www.loiret.chambagri.fr](http://www.loiret.chambagri.fr)

## **DIRECTION DÉPARTEMENTALE DE LA PROTECTION DES POPULATIONS DU LOIRET - SERVICES VÉTÉRINAIRES DU LOIRET**

181, rue de Bourgogne – 45042 Orléans cedex 1  
tél. : 02 38 42 42 42

## **DIRECTION RÉGIONALE DES ENTREPRISES, DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION, DU TRAVAIL ET DE L'EMPLOI (DIRECCTE)**

12, Place de l'Étape – CS 85809 – 45058 Orléans cedex  
tél. : 02 38 77 68 00

## **ESPACE ENTREPRENDRE - CCI LOIRET**

6, rue de Joie – 45400 FLEURY LES AUBRAIS  
tél. : 02 38 77 77 77

## **LOIRE&ORLÉANS ÉCO**

14, boulevard Rocheplatte - 45000 Orleans

tél. : 02 38 21 35 35

[www.loiretorleans-economie.fr](http://www.loiretorleans-economie.fr)

## **M TON MARCHÉ – ADPM (ASSOCIATION POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LA PROMOTION DES MARCHÉS)**

CCI de région Auvergne-Rhône-Alpes – 32 Quai Perrache - CS 10015 - 69286 LYON

[www.geomarches.com](http://www.geomarches.com) / [www.mtonmarche.com](http://www.mtonmarche.com)

## **SYNDICATS ET GROUPEMENTS PROFESSIONNELS**

### **FÉDÉRATION NATIONALE DES SYNDICATS DES COMMERÇANTS DES MARCHÉS DE FRANCE**

14 rue de Bretagne 75003 PARIS

01 48 87 51 45

[federation@marchesdefrance.fr](mailto:federation@marchesdefrance.fr)

## **SYNDICAT DES MARCHÉS DU LOIRET**

La Motte 45150 Férolles

tél. : 02 38 96 34 46

# Liste des textes officiels

## Pour les commerçants et artisans des marchés

Loi n° 2017-86 du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et la citoyenneté (JO du 28.01.2017)

Loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (JO du 19.06.2014 - dite loi Pinel)

LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (JO du 05.08.2008)

Décret d'application de la loi du 03.01.69 : décret n° 70.708 du 31.07.70.

Circulaire n° 85.116 du 01.10.85 relative à l'exercice des activités ambulantes et au régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile, ni résidence fixe. ( JO du 06.11.85).

Décret n° 89-762 du 16.10.89 (JO du 20.10.89) modifiant le décret n° 70-708 du 31.07.70 modifié portant application du titre 1er de certaines dispositions de titre

Il de la loi n° 69-3 du 03.01.69.

Décret n° 93-1273 du 30.11.93 (JO du 02.12.93).

Loi n° 95-96 du 01.02.95 concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial (JO du 02.02.95).

Décret n° 97-1332 du 31.12.97 pris pour l'application de l'article 9 de la loi n°69-3 du 03.01.69 modifiée relatif à l'exercice des activités et professions ambulantes ( JO du 03.01.98).

Décret n°2009-194 du 18.02.09 relatif à l'exercice des activités commerciales et artisanales ambulantes (JO du 20.02.09).

Arrêté du 21.01.10 relatif à la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante et modifiant la partie Arrêtés du code de commerce (JO du 10.03.09).

Circulaire du 15 juin 2015 relative aux activités commerciales sur le domaine public.

Loi n°2010-788 Grenelle II portant engagement national pour l'environnement du 12 juillet 2010 (JO du 13.07.2010).

Arrêté du 12 juillet 2011 fixant les seuils définis à l'article R 543-225 du Code de l'environnement (JO du 23.07.2011).

Circulaire du 10 janvier 2012 relative aux modalités d'application de l'obligation de tri à la source des biodéchets par les gros producteurs.

Loi n° 2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages (JO du 09.08.2016)

Code du commerce

Code de l'environnement

Code de la propriété des personnes publiques

**Pour rappel à la date d'édition du guide, certains décrets tels que celui de la loi du 27 janvier 2017 précisant le justificatif nécessaire pour établir la carte permettant l'exercice du commerce ambulant sur le domaine public n'est pas paru**

# Mentions légales

Le code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes des paragraphes 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> de l'article L.112- 5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective », et d'autre part, sous réserve du nom de l'auteur et de la source, que les « analyses et les courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information », toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite (article L.122-4).

Cette représentation ou reproduction par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

**Conception :** CCI Loiret

**Graphisme :** Ekela Marketing

ISBN 978-2-909390-12-3

**Éditeur :** LOIRE&ORLÉANS ÉCO

**Dépôt légal :** Décembre 2017



LE PARTENAIRE ECONOMIQUE DE VOS PROJETS



## LOIRE&ORLÉANS ÉCO

14 Boulevard Rocheplatte  
45000 Orléans  
02 38 21 35 35

[www.loiretorleans-economie.fr](http://www.loiretorleans-economie.fr)

## CCI LOIRET

23, place du Martroi  
45044 Orléans Cedex 1  
02 38 77 77 77

[www.loiret.cci.fr](http://www.loiret.cci.fr)



EN PARTENARIAT AVEC :

